

DRAMA KOREA DAN KHALAYAK
(Penerimaan Perempuan Indonesia Terhadap Budaya dan Sosok Laki-laki yang
ditampilkan dalam Tayangan Drama Korea)



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika

Oleh:

AMY NUR ISLAMIYATI
L 100 120 103

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2017

HALAMAN PERSETUJUAN

DRAMA KOREA DAN KHALAYAK
(Penerimaan Perempuan Indonesia Terhadap Budaya dan Sosok Laki-laki yang ditampilkan dalam Tayangan Drama Korea)

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

AMY NUR ISLAMIYATI

L100120103

Telah di periksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Rina Sari Kusuma, M.I.Kom.

NIK. 1103

HALAMAN PENGESAHAN

DRAMA KOREA DAN KHALAYAK
(Penerimaan Perempuan Indonesia Terhadap Budaya dan Sosok Laki-laki yang ditampilkan dalam
Tayangan Drama Korea)

Oleh:

AMY NUR ISLAMIYATI

L100120103

Telah di pertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Selasa, 11 Juli 2017
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Rina Sari Kusuma, M.I.Kom
(Ketua Dewan Penguji)
2. Nur Latifah U.S., MA
(Anggota I Dewan Penguji)
3. Yudha Wirawanda, MA
(Anggota II Dewan Penguji)

(.....)
(.....)
(.....)



Dekan,

Nurhikmah, ST., M.Sc., Ph.D.

NIK. 881

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 14 Juni 2017

Penulis



AMY NUR ISLAMİYATI

L100120103

DRAMA KOREA DAN KHALAYAK
(Penerimaan Perempuan Indonesia Terhadap Budaya dan Sosok Laki-laki yang
ditampilkan dalam Tayangan Drama Korea)

Abstrak

Drama Korea di Indonesia sudah ada sejak tahun 2002 dimana pada saat itu sedang maraknya serial Taiwan sehingga belum banyak stasiun televisi yang menayangkannya. *Winter Sonata* menjadi awal mula persebaran *hallyu* hingga ke negara-negara di luar Asia Timur. Namun drama Korea hadir selain menyuguhkan alur cerita yang menarik juga memberikan hiburan bagi khalayak dengan aktor-aktor dan aktris-aktris yang rupawan. Sehingga tidak akan mengejutkan jika khalayak begitu tertarik dengan ketampanan dan kecantikan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerimaan khalayak perempuan Indonesia terhadap budaya dan sosok laki-laki yang ditampilkan dalam tayangan drama Korea. Penelitian ini menggunakan analisis isi, metodologi deskriptif kualitatif dengan *Focus Group Discussion* (FGD) sebagai metode pengumpulan datanya. *Focus Group Discussion* dilakukan pada delapan informan yang dilakukan dalam dua sesi. Pembagian sesi tidak berkaitan dengan karakteristik informan. Pada saat dilakukan FGD, seluruh informan merupakan mahasiswa. Usia informan yaitu 18 dan 22 tahun. Satu orang informan beragama Kristen, satu lainnya beragama Katolik dan sisanya beragama Islam. Dari hasil analisis *decoding* dengan latar belakang informan yang berbeda menghasilkan penerimaan yang berbeda pula. Ketika mereka menemukan konten budaya yang serupa, seperti ramah-tamah, sopan-santun dan pekerja keras, khalayak bersikap *dominant hegemonic*. Tetapi saat menemukan konten budaya minum minuman keras di Korea, khalayak terbagi menjadi *negotiated reading* dan *oppositional reading*.

Kata kunci: analisis resepsi, drama Korea, *Focus Group Discussion*, sosok laki-laki.

Abstract

Korean drama in Indonesia has been around since 2002 when there are a lot of Taiwan drama which not much television station broadcasted it. *Winter Sonata* is the beginning of *hallyu*'s distribution to countries outside East Asia. However Korean drama not only come with interesting plot but also give entertainment to public with good looking actors and actresses. So it doesn't surprise if audiences interested in their beauty. This research aims to find out how acceptance of Indonesian woman to the culture and the man figure shown in Korean drama. This research use reception analysis, descriptive qualitative as method with Focus Group Discussion (FGD) to collect the result. Focus Group Discussion executed with eight informants in two session. Session's distribution does not have any correlation with characteristic of informant. When FGD is being held, all informants are university student. The age of informants are 18 and 22 years old. An informant is Christian, the other is Catholic and the rest are Islam. From the result of decoding analysis with different informant background produce also different acceptance. When they found the content of culture are similar, like a warm-hearted, polite and hardworking, the audiences are dominant hegemonic. But, when discovering about drink habit in Korean culture, they are divided into negotiated reading and oppositional reading.

Keyword: reception analysis, Korean Drama, Focus Group Discussion, man figure

1. PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman, informasi yang diterima khalayak semakin luas dan sumber informasinya pun bervariasi. Informasi yang berkembang selalu disertai dengan beberapa faktor lainnya seperti perkembangan teknologi dan juga penerimaan budaya baru. Bagi negara berkembang, kemajuan teknologi dan penerimaan budaya baru dianggap penting untuk dapat memajukan negaranya.

Melalui perkembangan media massa, kini khalayak dapat dengan mudah mengakses informasi yang mereka inginkan. Menurut McLuhan, kehidupan yang penuh dengan berbagai macam hal merupakan era *global village*. *Global village* yaitu ketika media komunikasi modern memungkinkan jutaan orang di dunia terus menerus terkoneksi. Media massa tidak hanya sebagai alat untuk menyebarkan informasi di seluruh bagian bumi, tetapi juga alat untuk menyusun agenda, serta memberitahu kita apa yang penting untuk dihadiri (Littlejohn & Foss, 2012).

Persebaran media massa yang bervariasi mulai dari cetak hingga elektronik membuat informasi yang disampaikan menjadi lebih luas. Fenomena lokal hingga internasional dengan mudah dapat diakses oleh khalayak. Media massa juga memiliki pengaruh dalam kemajuan zaman. Selain adanya kemajuan teknologi, pola pikir dan perilaku manusia juga banyak mengalami perubahan dikarenakan budaya baru yang berkembang. Televisi menjadi media massa yang paling banyak dan mudah diakses oleh khalayak terutama di Indonesia. Informasi yang disajikan oleh televisi sangat beragam, mulai dari berita, sinetron hingga tontonan yang mengundang tawa. Perkembangan teknologi juga memiliki pengaruh terhadap tayangan yang akan disajikan kepada masyarakat.

Perkembangan media akan selalu berjalan beriringan dengan perkembangan khalayak. Khalayak dipahami sebagai pengguna media ataupun konsumen media. Awal mulanya khalayak merupakan sebuah konsep yang ditujukan kepada sekelompok pendengar atau penonton yang memiliki ketertarikan lebih pada hal yang bersifat publik tetapi relatif pasif. Seiring perubahan, khalayak juga akan berkembang tergantung pada media dan waktunya (McQuail, 2011). Adanya perkembangan teknologi tersebut membuat selera masyarakat terhadap tayangan juga menjadi berubah. Mereka tidak hanya ingin mengetahui berita dalam negeri tetapi juga kejadian-kejadian yang ada di dunia. Sehingga tidak jarang kini banyak rumah-rumah yang memasang TV kabel untuk informasi yang lebih cepat bagi mereka. Sebut saja salah satu *trend* televisi saat ini yaitu drama Korea. Walaupun saat ini sudah tidak banyak televisi swasta yang menayangkan serial Korea, tetapi penggemarnya masih tetap ada. Mereka sudah tidak lagi terpaku pada televisi, dengan kemajuan teknologi, khalayak sudah

lebih unggul dibandingkan stasiun-stasiun televisi. Khalayak mencari sendiri referensi serial Korea kesukaannya melalui *DVD*, TV berbayar bahkan internet. Bahkan seiring berjalannya waktu, aktor dan aktris favorit penonton pun berubah.

Lewis mengatakan bahwa pesan yang disampaikan oleh televisi sangatlah kuat. Kuat disini merujuk pada perubahan sikap yang terjadi pada khalayak. Setelah mereka menerima informasi yang diberikan oleh televisi, pengertian estetika orang-orang atau bahkan standar kehidupan menjadi terpengaruh oleh beberapa macam program atau iklan. Drama Korea juga dapat menjadi teknik baru atau iklan tidak langsung. Drama TV yang digunakan untuk mempromosikan wisata Korea merupakan salah satu contoh bagaimana khalayak terpengaruh oleh kekuatan program televisi (Huang, 2009).

Sejak pertengahan tahun 1990an, budaya populer Korea sudah menyebar ke seluruh negara beretnis China (negara-negara yang sebagian maupun seluruhnya berdarah atau keturunan China) termasuk China, Hong Kong, Taiwan dan Singapura pada mulanya, kemudian seluruh negara Asia tenggara seperti Vietnam, Thailand, Malaysia dan Indonesia, diikuti oleh Mongolia, Jepang dan bahkan luar Asia Timur (J. Yang, 2012). Pada era itu pula pemerintah Korea sudah memulai upaya mereka untuk mempromosikan industri media Korea dan budaya pop sebagai industri ekspor. Terdapat tiga produk media dalam budaya pop, yaitu film, drama televisi dan musik pop. Setiap produk tersebut sudah memiliki jangkauan audiens dan permintaannya sendiri. Drama televisi Korea (*K-drama*) memiliki peluang yang lebih besar untuk diterima oleh khalayak karena banyak dari mereka yang sengaja menyisihkan waktu dari kegiatannya untuk menonton setiap episode yang ditayangkan secara reguler. Jika mereka tertinggal satu episode, lalu mereka akan merekamnya dan menontonnya sebelum episode selanjutnya disiarkan. Setiap episode menarik audiens untuk menjalin hubungan yang lebih dekat dengan cerita dan karakter dalam tayangan (Huat, 2010).

Sudah satu dekade ini terdapat fenomena yang berkembang di beberapa bagian bumi termasuk Indonesia. *Hallyu* atau lebih dikenal sebagai *Korean Wave* (Gelombang Korea) sejak beberapa tahun belakangan berhasil menyebar ke berbagai belahan dunia. Mulai dari drama televisi, film, musik, makanan, *fashion* hingga tidak jarang banyak yang ingin pergi berwisata ke Korea Selatan. *Korean wave* atau *Hallyu* merujuk pada kepopuleran budaya populer Korea Selatan di negara-negara Asia lainnya. Budaya populer Korea seperti film, drama TV dan musik pop merupakan kekuatan yang besar, drama TV merupakan salah satu yang sangat berpengaruh dalam budaya populer tersebut. Tidak hanya terkenal di kalangan khalayak dan penggemar-penggemar fanatik, tetapi juga memberikan banyak keuntungan untuk pendapatan negara. *Korean wave* membawa level yang berbeda dari *Korean fever*

(demam Korea) di beberapa negara-negara Asia Timur seperti China, Hong Kong, Taiwan, Singapura, Jepang dan Filipina. Dari makanan, bahasa, *fashion* hingga wisata fenomena *Korean wave* masuk ke setiap celah Asia Timur (Huang, 2009).

Pada tahun 2003, televisi Jepang, NHK TV memutarakan drama televisi *Winter Sonata*. Hasil dari pemutaran drama televisi tersebut tidak pernah diprediksi sebelumnya bahwa akan menjadi sebuah fenomena terbaru (Korean Culture and Information Service, 2011). *Winter Sonata* yang diperankan oleh aktor Bae Yong Joon dan aktris Choi Ji Woo bercerita mengenai seorang pria yang bertemu dengan wanita, mereka saling menyukai, namun sang pria mengalami kecelakaan hingga membuatnya amnesia tetapi dikabarkan tewas dalam kecelakaan. Lalu ibunya membawanya ke Amerika untuk memulai hidup baru. Setelah beberapa tahun, pria tersebut sudah menjadi orang yang berbeda tanpa mengetahui masa lalunya. Kemudian pada suatu waktu, pria dan wanita ini dipertemukan kembali.

Di Indonesia, *K-drama* sudah masuk sejak tahun 2002. Dua televisi swasta Indonesia sama-sama menayangkan serial televisi Korea yaitu *Endless Love (Autumn in My Heart)* ditayangkan oleh Indosiar (Rayendra, 2014) dan *Winter Sonata* yang tayangkan oleh SCTV ditengah-tengah maraknya serial televisi Taiwan yang ada di stasiun televisi lainnya (Liputan6, 2002). Drama Korea yang menyuguhkan aktor-aktor rupawan, membuat perempuan Indonesia juga tersihir oleh ketampanan mereka. Bukan hal yang mengejutkan lagi jika kemudian mereka akan memiliki cerminan mengenai sosok laki-laki ideal yang mereka inginkan seperti di drama Korea. Terutama dengan cerita-cerita seperti tokoh utama pria yang tidak bisa hidup tanpa tokoh utama wanitanya yang akan menimbulkan kesan heroik bagi khalayak perempuan. Menurut Ang, sinetron melodrama memungkinkan perempuan untuk berimajinasi dalam fantasinya, di mana hal tersebut tidak bisa terjadi di kehidupan nyata (Chan & Xueli, 2011). Sejak kemunculan *Winter Sonata* jugalah akhirnya banyak drama Korea yang ditayangkan di stasiun televisi Indonesia.

Kemudian khalayak mulai memiliki kategorinya mengenai sosok laki-laki ideal dalam drama Korea. Perubahan pria ideal tidak hanya dipengaruhi oleh perubahan zaman, tetapi juga karena adanya media massa yang mempengaruhi khalayak dalam membentuk pola pikir, perilaku dan budaya secara langsung maupun tidak langsung (Luthfiati & Gani, 2015). Karakteristik laki-laki ideal yang sering muncul dalam tayangan drama televisi Korea yaitu seseorang yang tampan dan juga kaya tetapi rela berjuang demi perempuan yang dicintainya, meskipun ia miskin.

Genre romantis-komedi dan kisah cinta yang sedih merupakan kelebihan dari drama Korea. Meski di awal cerita dominan komedi ataupun kisah yang memilukan, tetapi akan

selalu ditutup dengan akhir yang romantis dan bahagia (Yuliana & Christin, 2012). *Winter Sonata* yang merupakan awal persebaran *hallyu*, tidak hanya alur ceritanya yang menarik bagi khalayak, tetapi juga didukung oleh aktor utamanya yaitu, Bae Yong Joon yang menampilkan karakter sebagai pria maskulin Korea pada tahun 2000-an yang sensitif dan lemah lembut. Dalam *Winter Sonata* ia menangis namun masih terlihat tampan, seolah-olah telah menghilangkan stereotip bahwa laki-laki adalah karakter yang kuat dan tidak berperasaan (Fribadi, 2012). Walaupun terdapat beberapa perbedaan, tetapi karakter sensitif dan lemah lembut, terutama beberapa adegan sang pria menangis tetap dipertahankan dari tahun ke tahun.

Kesuksesan drama Korea tidak dapat dipisahkan kreatifitas dan imajinasi, yang dikembangkan oleh artis-artis. Selain itu ketampanan dan kecantikan artis-artis juga mendukung sejarah, budaya dan masalah keseharian masyarakat. Ceritanya disampaikan dengan pintar sehingga membuat masyarakat Indonesia menyukainya (Larasaty, 2015).

Penelitian yang dilakukan terhadap khalayak perempuan di Hong Kong, Taiwan, Singapura yang menonton K-drama, serta penggemar *Winter Sonata* di Jepang ditemukan bahwa mereka mengidentifikasi banyak hal menarik, mulai dari penggambaran non-seksual mengenai “cinta sejati” dan tanggung jawab keluarga dalam K-drama hingga referensi *fashion*. Sebagai khalayak perempuan mereka juga berusaha untuk menyeimbangkan perbedaan pandangan serta penggambaran mengenai kerumahtanggaan dan kemandirian perempuan dalam drama Korea (Chan & Xueli, 2011).

Sebelumnya sudah ada penelitian yang dilakukan di National Institute of Education, Singapura oleh Brenda Chan dan Wang Xueli pada tahun 2011 dengan judul “*Of prince charming and male chauvinist pigs: Singaporean female viewers and the dream-world of Korean television dramas*” tentang bagaimana wanita Singapura memahami K-drama sebagai acuan dalam menentukan kedudukan perempuan di masyarakat mereka dan bagaimana K-drama menjadi sumber reflektivitas untuk mereka. Hasil dari penelitian tersebut yaitu drama Korea hanya sebagai alat reflektivitas bagi penonton perempuan, baik untuk menghilangkan stres dalam keseharian dan juga sebagai refleksi untuk memahami peran dan identitas.

Sedangkan penelitian lainnya yang berjudul “Penerimaan penggemar K-Pop terhadap gambaran pria *soft masculine boyband* EXO di *music video ‘Miracle in December’*” oleh Pratiwi Tri Astuti yang dilakukan di Universitas Kristen Petra Surabaya pada tahun 2016. Penelitian tersebut ingin melihat bagaimana penerimaan penggemar terhadap *boyband* dengan karakter *soft masculine* di Indonesia melalui *music video*. Hasil dari penelitian

didapat bahwa dua informan memiliki penerimaan *dominant* atau menerima karakter *soft masculine* yang ditunjukkan dalam *music video*. Sedangkan dua informan lainnya bersikap *negotiated*, mereka memiliki pandangan tersendiri mengenai *soft masculine*.

Dari pernyataan yang sudah dipaparkan tersebut peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana penerimaan perempuan Indonesia terhadap budaya dan sosok laki-laki yang ditampilkan dalam tayangan drama Korea. Penelitian ini juga diharapkan dapat mengetahui sikap khalayak perempuan Indonesia terhadap nilai-nilai yang ada dalam budaya Korea serta mengetahui gambaran mereka mengenai sosok laki-laki yang ditampilkan melalui tayangan drama Korea.

Peneliti menggunakan metodologi deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data *Focus Group Discussion* (FGD) untuk mengetahui permasalahan yang diteliti. Data yang diperoleh merupakan pernyataan informan dari hasil diskusi kelompok tersebut. Selain itu juga dapat dimanfaatkan sebagai acuan bagi studi selanjutnya dan berkontribusi dalam studi Ilmu Komunikasi mengenai studi resepsi.

Komunikasi adalah proses yang menyatukan kita semua, membantu kita untuk bekerja sama, membuat sebuah ikatan dan juga untuk mencapai tujuan. Hal ini juga penting untuk mengembangkan, menjaga dan meneruskan budaya dari generasi ke generasi serta menguatkan tujuan dan nilai budaya turun temurun. Sehingga komunikasi memainkan peran penting dalam pemahaman kita mengenai budaya dan pengaruhnya dalam perilaku (Matsumoto & Juang, 2004).

Komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relatif besar, heterogen dan anonim. Pesan-pesan yang disebarkan sebisa mungkin untuk mencapai sebanyak-banyaknya audiens dalam satu waktu yang sifatnya sementara. Komunikator cenderung berada dalam organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar (Severin & Tankard, 2011).

Banyak ilmuwan yang meyakini bahwa saat ini merupakan masa dimana revolusi teknologi komunikasi sedang terjadi. Setiap perangkat teknologi baru memperluas dan berkombinasi untuk menciptakan rentang sistem media jarak jauh. Dampak yang dirasakan oleh sebagian besar masyarakat karena adanya revolusi komunikasi ini menjadi menyenangkan. Daripada memilih menonton film di bioskop, saat ini karena kemudahan revolusi tersebut masyarakat dapat menikmati hanya dengan memilihnya dari saluran televisi kabel, satelit, DVD atau bahkan dapat mengunduhnya di Internet (Baran & Davis, 2010). Begitu pula yang terjadi pada drama Korea.

Drama televisi Korea hadir di stasiun televisi Indonesia sudah lebih dari 10 tahun. Meski saat ini sudah jarang diantara mereka yang menontonnya di televisi, namun hal tersebut tidak menutup eksistensi kehadiran drama televisi Korea di Indonesia. Adanya perkembangan teknologi, khalayak bahkan lebih unggul dari stasiun televisi Indonesia mengenai drama terkini. Seluruh informan dalam penelitian ini lebih memilih untuk menonton *online*, mengunduh sendiri drama-drama yang mereka inginkan dari situs-situs yang menyediakan secara gratis atau bertukar dengan teman yang sudah mengunduhnya terlebih dahulu.

Thornham dan Purvis berpendapat bahwa drama televisi selalu memberikan sesuatu yang baru, tidak seperti film yang memberikan cerita sekali habis. Hal ini ditunjukkan dari format drama, situasi, tempat dan karakter yang sama, dengan memberikan latar belakang yang secara teratur diperbaharui setiap minggu atau harinya. Struktur tersebut mengasumsikan drama yang terjadi setiap waktunya (Jeon, 2013). Shim dan peneliti studi media Korea lainnya mengklaim bahwa drama televisi selalu menjadi bagian terpenting yang diamati oleh khalayak Korea. Biasanya terdapat kurang lebih lima atau enam drama dalam daftar sepuluh program televisi dengan rating tertinggi setiap minggu atau bulannya (Jeon, 2013).

Budaya merujuk pada kepercayaan, jalan hidup, seni dan juga kebiasaan-kebiasaan yang diterima oleh masyarakat tertentu (Huang, 2009). Kebudayaan merupakan elemen subjektif dan objektif yang dibuat manusia di masa lalu untuk meningkatkan kemungkinan untuk bertahan hidup dan berakibat dalam kepuasan perilaku dalam ceruk ekologis, dan demikian tersebar di antara mereka yang dapat berkomunikasi satu sama lain, karena memiliki kesamaan bahasa dan mereka hidup dalam waktu dan tempat yang sama (Samovar, Porter, & McDaniel, 2010).

Komunikasi antarbudaya terjadi ketika suatu budaya tertentu memberikan pesan kepada budaya lainnya. Dengan kata lain, komunikasi antarbudaya melibatkan interaksi antara anggota-anggota yang memiliki persepsi dan simbol budaya yang berbeda dalam suatu komunikasi (Samovar, Porter, & McDaniel, 2010). Ketika persebaran media semakin luas, hal tersebut mempengaruhi dan mengkonstruksi masyarakat Korea mengenai maskulinitas dari budaya yang lain.

Di era sekarang ini, media seringkali membagikan kebudayaan dari berbagai macam negara. Ketika budaya itu dibagikan, maka akan muncul identitas budaya. Identitas budaya memunculkan situasi di mana bahwa anggota setiap budaya dan tradisinya itu berbeda. Tidak jarang juga akan memunculkan objektivitas. Objektivitas mengingatkan bahwa betapa

sulitnya berkomunikasi dengan orang tanpa adanya penilaian pribadi. Namun penilaian pribadi tersebut tergantung dari bagaimana cara pandang kita terhadap suatu budaya. Setiap kelompok budaya memiliki cara pandang mereka masing-masing. Pandangan budaya berfungsi untuk membuat pengalaman hidup karena cara pandang berpengaruh dalam kehidupan sosial, ekonomi dan politik dalam suatu negara (Samovar, Porter, & McDaniel, 2010).

Penelitian ini menggunakan analisis resepsi khalayak di mana berfokus pada bagaimana cara khalayak memahami media (Littlejohn & Foss, 2009). Dalam analisis resepsi khalayak merupakan yang aktif dalam membangun dan menginterpretasikan makna atas apa yang mereka baca, dengar dan lihat sesuai konteks budaya. Media yang sebelumnya hanya sebagai penyalur informasi, kini media menjadi fasilitator, penyaring dan pemberi makna dari sebuah informasi. Membawa khalayaknya ke dunia makna yang lebih luas tanpa terbatas pada tempat dan waktu peristiwa (Hadi, 2009). Analisis resepsi khalayak menurut Stuart Hall, menggunakan tiga pola *decoding* yaitu *dominant hegemonic* yaitu ketika khalayak menerima wacana yang sama dengan media, *negotiated reading* ketika khalayak memiliki pandangannya sendiri tetapi menerima juga sebagian pendapat dari media, sedangkan *oppositional reading* khalayak sama sekali tidak menyetujui pendapat media (Littlejohn & Foss, 2009). *Decoding* Hall merupakan proses pemaknaan dan pemahaman yang mendalam atas teks media yang dipengaruhi dari bagaimana cara khalayak secara aktif menginterpretasikan teks media sesuai dengan pemahaman pengalamannya yang dilihatnya dalam kehidupan sehari-hari (Hadi, 2009).

Analisis resepsi merujuk pada perbandingan antara analisis tekstual wacana media dan wacana khalayak, yang interpretasinya merujuk pada konteks, yaitu *cultural setting* dan *context* isi dari media lain (Jensen, 1991). Secara kontekstual analisis resepsi mempengaruhi cara khalayak melihat atau membaca media. Hal tersebut termasuk pada elemen identitas khalayak, persepsi menonton atas film atau *genre* program televisi dan produksi, bahkan termasuk latarbelakang sosial, sejarah dan isu politik. Sedangkan secara konseptual, khalayak mengkonsumsi media dengan berbagai cara dan kebutuhan, misalnya ketika bagaimana mereka melihat dan memahami konten yang berhubungan dengan media (Hadi, 2009). Analisis resepsi digunakan untuk melihat penerimaan gambaran laki-laki ideal khalayak dengan adanya perbedaan latar belakang.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, situasi serta fenomena sosial yang ada di masyarakat untuk menjadikannya objek penelitian untuk ditarik gambaran tentang kondisi ataupun situasi fenomena tersebut. Kedalaman data menjadi pertimbangan untuk menggunakan metodologi ini (Bungin, 2011). Sedangkan untuk teknik pengumpulan datanya dengan *Focus Group Discussion* (FGD). Data dari hasil FGD yang diperoleh kemudian digunakan peneliti untuk menganalisis fenomena yang terjadi.

Populasi dari penelitian ini yaitu perempuan Indonesia yang tinggal di Indonesia dan pernah menonton drama Korea. Untuk menentukan sampelnya, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini digunakan karena adanya pertimbangan yang sudah ditentukan oleh peneliti untuk memperoleh data (Sugiyono, 2013).

Sampel dalam penelitian ini yaitu perempuan Indonesia yang berada pada usia 18 dan 22 tahun, belum menikah dan minimal pernah menonton 20 judul drama Korea. Pemilihan usia sampel dikarenakan dalam tayangan drama Korea diberi anjuran bahwa usia minimal penontonnya yaitu 15 tahun. Kemudian penelitian juga ingin mengetahui dari sudut pandang khalayak remaja dan yang belum terikat oleh pernikahan. Di Indonesia ketika seseorang belum menikah dan masih dianggap sebagai remaja yaitu maksimal 24 tahun. Remaja adalah suatu masa transisi dari masa anak ke dewasa, yang ditandai dengan perkembangan biologis, psikologis, moral dan agama dan juga menurut kognitif dan sosial (Sarwono, 2013). Penelitian ini memperoleh delapan informan dengan karakteristik sebagai berikut:

- a. Seluruhnya informan berwarga negara dan tinggal di Indonesia.
- b. Seluruh informan beretnis Jawa.
- c. Kecuali Informan 5 (Kristen) dan 2 (Katolik), informan lainnya beragama Islam.
- d. Seluruh informan belum menikah.
- e. Usia Informan 1-4 yaitu 22 tahun, sedangkan Informan 5-8 yaitu 18 tahun.
- f. Seluruh informan adalah mahasiswa.
- g. Informan-informan dalam penelitian ini pernah menonton minimal 20 judul drama Korea tanpa adanya batasan genre.

FGD dalam penelitian ini digunakan karena lebih efisien dan ringkas dilakukan dalam satu waktu tetapi data yang diperoleh banyak dengan sudut pandang yang berbeda dibandingkan dengan melakukan wawancara dengan banyak orang (Herdiyansyah, 2013). Menurut Jourard, *focus group* juga harus dilakukan dalam keadaan kondusif dan nyaman,

sehingga informan dapat mengungkapkan pendapatnya tanpa harus takut salah atau merasa dihakimi (Herdiyansyah, 2013).

Sehingga tugas peneliti dalam penelitian ini yaitu menjadi moderator yang memimpin jalannya diskusi berkelompok. Anggota dalam kelompok diskusi biasanya terdiri dari 6-12 orang, namun jumlah dapat tergantung pada tujuan penelitian. Sehingga kelompok kecil yang terdiri dari 4-6 orang pun memungkinkan jika topik yang dibahas akan berlangsung lama. Banyaknya pertanyaan yang diajukan dalam *focus group*, para penulis ahli menyarankan untuk tidak lebih dari 12 pertanyaan (Moleong, 2013).

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman yang dilakukan dalam tiga langkah yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Dalam pelaksanaan FGD diperoleh data berupa catatan, rekaman ataupun dokumen-dokumen yang kemudian data-data tersebut direduksi atau dirangkum serta difokuskan pada tema pembahasan untuk memudahkan peneliti melakukan analisis data selanjutnya. Setelah mereduksi data, hasil tersebut dapat disajikan dalam bentuk tulisan atau narasi sehingga mudah untuk dipahami. Langkah terakhir dalam analisis data yaitu penarikan kesimpulan atau verifikasi (Sugiyono, 2013).

Pada penelitian ini peneliti bertugas sebagai moderator untuk memimpin jalannya proses diskusi. Peneliti akan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada informan yang berkaitan dengan pembahasan penelitian yang sudah dirancang sebelumnya. Penelitian dimulai sejak 17 Maret 2016 dan FGD dilaksanakan pada 23 Mei 2016 dan 27 Juni 2016 di wilayah Surakarta, Jawa Tengah. Teknik validasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu menggunakan *membercheck*. Tujuan dari penggunaan *membercheck* yaitu agar data yang diperoleh dan digunakan oleh peneliti sesuai dengan yang dimaksud informan. Sehingga peneliti akan menyampaikan kembali penemuannya kepada kelompok diskusi untuk mengetahui apakah data tersebut akan disepakati, ditambah, dikurangi ataupun ditolak oleh informan (Sugiyono, 2013).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Drama Korea Sebagai Rujukan Perempuan Indonesia Mengenal Kehidupan Masyarakat Korea

Setelah dilakukannya FGD, kemudian peneliti mengelompokkan pendapat-pendapat informan ke dalam analisis resepsi Hall. Penelitian ini dilakukan dalam dua sesi yang beranggotakan delapan perempuan Indonesia yang seluruhnya mahasiswa beretnis Jawa dan dua di antaranya beragama selain Islam, yaitu Kristen dan Katolik.

Berdasarkan hasil diskusi yang telah dilakukan, *preferred meaning* dalam drama Korea yaitu pemerannya tampan dan cantik, penduduknya ramah, tertib dan pekerja keras, kotanya tertata rapi serta selalu menampilkan objek wisata dan makanan-makanan yang menggugah selera. Menurut informan sifat-sifat masyarakat Korea yang dapat mereka terima (*dominant hegemonic*) yaitu keramah-tamahannya, sopan santun dan juga mereka merupakan pekerja yang giat.

Indonesia dan Korea merupakan negara yang berorientasi pada *high context*. *High context* terjadi ketika suatu masyarakat berbagi budaya, informasi dan juga pengalaman yang sama. Sehingga tanpa harus melalui kata-kata informasi tetap dapat dipertukarkan (Samovar, Porter & McDaniel, 2010: 257).

Informan dapat memahami masyarakat Korea karena menurut mereka sifat-sifat itu juga ada pada masyarakat Indonesia. Hal tersebut merupakan gambaran yang muncul setelah mereka melihat tayangan drama televisi Korea. Selain itu, informan dalam penelitian ini juga mengungkapkan bahwa karena Korea dan Indonesia memiliki budaya ketimuran yang sama:

“Ramah tamahnya, mungkin karena budaya ketimurannya ya. Mereka menyapa dengan sedikit membungkuk, saya sendiri orang Jawa dan cara menghormati orang yang lebih tua juga salah satunya sedikit membungkukkan badan untuk lewat di depannya, istilahnya njawani.” (Informan #1, 21 tahun, Islam).

Informan #1 merupakan seorang mahasiswa yang terlahir dan tinggal dilingkungan beretnis Jawa. Menurutnya sopan-santun dan ramah-tama merupakan sikap yang harus ada pada setiap orang, tidak hanya pada etnis atau negara tertentu. Sifat-sifat tersebut akan membantu dalam kegiatan bermasyarakat. Jika ingin diperlakukan baik oleh lingkungan, menurutnya kita juga harus berperilaku yang baik.

Mastoyo mengatakan, orang Korea akan selalu bersikap ramah kepada siapapun yang dikenalnya. Terutama ketika mereka menginginkan sesuatu, keramahan mereka akan menjadi-jadi. Bagi orang Korea berkenalan hanya dengan menyebutkan nama dan tempat tinggal tidaklah cukup, mereka juga akan saling bertukar kartu nama dan bertanya mengenai umur. Hal tersebut dikarenakan orang Korea akan memperlakukan orang yang dikenalnya sesuai dengan umurnya di dalam tata pergaulan. Mereka sangat menghormati orang yang umurnya lebih tua (Yang, 1995).

Salah satu kebiasaan yang ada di Korea dan tidak jauh berbeda dengan Indonesia yaitu mengenai kesopanan dan ramah-tamah. Menurut informan dalam

penelitian ini, orang Korea memiliki sopan santun yang baik terutama kepada orang yang lebih tua dan juga ramah kepada siapapun. Berikut hal tersebut diungkapkan oleh informan:

“Budaya saling nyapanya itu sih kalo aku, soalnya disana mau kenal atau gak kenal pasti kalo di jalan saling sapa gitu dan saling mengucapkan selamat pagi atau siang atau malem.” (Informan #2, 22 tahun, Islam).

Kesopanan dan ramah-tamah tersebut juga terlihat dari bahasa yang mereka gunakan. Dalam kehidupan sehari-hari di Korea misalnya, seorang anak akan memanggil orang tuanya dengan *appa* (ayah) dan *eomma* (ibu). Bahkan juga ada istilah yang lebih formal seperti *abeoji* (ayah) dan *eomeoni* (ibu). Dalam status kelahiran di keluarga, kakak laki-laki akan dipanggil *hyeong* oleh adik laki-lakinya dan *oppa* oleh adik perempuan. Sedangkan *nuna* dan *eonni* digunakan untuk memanggil kakak perempuan oleh adik laki-laki dan adik perempuan. Selain contoh-contoh tersebut, dalam situasi sosial lainnya hierarki juga berperan penting (Samovar, Porter, & McDaniel, 2010). Beberapa informan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa hal tersebut merupakan kebiasaan yang baik:

“Kalo budaya hormat sama yang lebih tua sangat bagus. Mereka ngegunain bahasa formal ke yang lebih tua.” (Informan #8, 18 tahun, Islam).

“Sama kaya yang lain sih, kita (Indonesia dan Korea) sama-sama menghormati orang yang lebih tua gitu, pasti ada panggilan hormat buat mereka kaya seonbae, hyung, nuna, oppa, eonni kalo di Indonesia mbak, mas, kak dan sebagainya gitu.” (Informan #5, 18 tahun, Kristen).

Edward T. Hall mengatakan bahwa Jepang dianggap budaya yang tinggi penggunaan konteksnya dari segi bahasa yang digunakan (Samovar, Porter, & McDaniel, 2010). Jika melihat dari drama televisi Korea, hal tersebut juga terjadi di Korea. Tingginya konteks penggunaan bahasa mempengaruhi kekuasaan posisi yang dijabat. Korea merupakan negara yang menekankan keharmonisan kelompok dan setiap individu harus mengetahui tempatnya. Dalam perusahaan misalnya, atasan Korea merupakan raja perusahaan, karyawan harus memperlakukannya dengan hormat (Samovar, Porter, & McDaniel, 2010). Sehingga ada batasan yang jelas berdasarkan kedudukan. Selain itu dalam tata pergaulan Korea selalu menempatkan orang sesuai dengan umurnya (Yang, 1995).

Seperti negara-negara tetangganya, China dan Jepang, cara menyapa orang Korea juga sama seperti yang dilakukan kedua negara Asia Timur tersebut. Mereka akan menyapa orang yang lebih senior terlebih dahulu sehingga terlihat bahwa negara-negara tersebut menekankan hierarki. Ritual sapaan yang mereka gunakan yaitu dengan membungkuk. Membungkuk memiliki banyak arti, hal tersebut digunakan untuk mengawali interaksi, meningkatkan banyak hal dalam percakapan, dan juga menandai akhir dari interaksi. Hal yang sulit untuk dikuasai oleh orang asing, bahwa membungkuk dipraktikan dengan sopan dari siapa yang membungkuk terlebih dahulu, seberapa rendah dan seberapa lama (Samovar, Porter, & McDaniel, 2010).

Masyarakat Korea juga dikenal sebagai pekerja yang giat, meski kondisi alamnya kurang mendukung, tapi kini Korea sudah menjadi negara yang maju dalam berbagai aspek. Mereka tidak ingin kehilangan waktu dalam bekerja, sehingga akan menyelesaikan pekerjaannya sesegera mungkin. Meski harus bekerja hingga larut malam, mereka akan senantiasanya melakukannya karena mencintai pekerjaannya (Yang, 1995). Hal tersebut juga disampaikan oleh informan dalam penelitian ini:

“Masyarakat Korea itu pekerja keras, gak tanggung-tanggung kalo mau ngewujudin sesuatu.” (Informan #8, 18 tahun, Islam).

3.2 Menyikapi Perbedaan Budaya yang ditampilkan dalam Drama Korea

Masyarakat Korea yang bekerja terlalu giat juga akan merasakan bosan, penat dan tekanan batin. Salah satu cara untuk mengatasi hal tersebut mereka akan minum minuman keras. Minum minuman keras hingga mabuk di Korea tidak dianggap sebagai sesuatu yang buruk. Tetapi kegiatan tersebut merupakan hal yang sangat membudaya. Hingga dikatakan bahwa orang yang sudah cukup umur untuk minum minuman keras di Korea apabila tidak bisa minum minuman keras bukanlah orang Korea. Mereka akan selalu minum minuman bersama teman-temannya. Sehingga dapat dianggap minum minuman keras juga memiliki peran dalam tata pergaulan di Korea. Mereka akan minum-minum hingga mabuk kemudian dapat terbuka satu sama lain dan menjadi akrab (Yang, 1995).

Adanya perbedaan kebiasaan yang begitu mencolok antar Korea dan Indonesia mengenai minum minuman keras, membuat sebagian besar informan dalam penelitian ini tidak setuju atau tidak suka (*oppositional reading*) dengan kebiasaan tersebut. Seperti yang diungkapkan dalam oleh informan-informan dalam penelitian berikut:

“Saya gak setuju budaya minum soju atau mabuk-mabukan, terus tinggal sama lawan jenis yang belum menikah. Mungkin karena latar belakang agama saya kali ya, di saya pribadi agamanya dilarang begitu jadinya ya tabu nganggepnya hal yang kaya gitu.” (Informan #1. 21 tahun, Islam).

Informan yang beragama Islam seluruhnya menyetujui bahwa minum minuman keras merupakan hal yang dilarang dalam agama. Dalam Al-Qur'an banyak ayat-ayat yang menjelaskan mengenai pelarangan minum minuman keras, beberapa diantaranya yaitu dalam surat Al-Maidah ayat 90-91, yang artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Sesungguhnya minuman keras, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan anak panah, adalah perbuatan keji dan termasuk perbuatan setan. Maka jauhilah (perbuatan-perbuatan) itu agar kamu beruntung. Dengan minuman keras dan judi itu, setan hanyalah bermaksud menimbulkan permusuhan dan kebencian di antara kamu, dan menghalang-halangi kamu dari mengingat Allah dan melaksanakan salat maka tidakkah kamu mau berhenti? (Q.S. Al-Maidah: 90-91).”

Dalam agama Islam sangat jelas bahwa minum minuman keras merupakan hal yang dilarang. Informan #5 yang beragama Kristen juga mengungkapkan bahwa ia tidak setuju dengan budaya minum minuman keras yang ada di Korea:

“Aku gak suka budaya seks bebasnya, melarikan diri dari permasalahan dengan minum soju. Pokoknya yang gak sesuai sama adat ketimuran.” (Informan #5, 18 tahun, Kristen).

Namun ketika ditanya apakah dalam agamanya minum minuman keras juga dilarang, ia mengatakan bukan karena dilarang, tetapi karena itu bisa merusak tubuh dan di alkitabnya juga dikatakan untuk menjaga tubuh mereka, salah satunya dengan menghindari minum minuman keras. Sedangkan bagi informan yang beragama Katolik ketika ditanyai apakah minum minuman keras juga dilarang, ia berpendapat bahwa minum minuman keras menurutnya termasuk kegiatan foya-foya yang tidak disukainya yang lebih baik dihindari. Sehingga ia juga bersikap *negotiated reading* terhadap hal tersebut. Berikut disampaikan dalam Alkitab:

“Dan janganlah kamu mabuk oleh anggur, karena anggur menimbulkan hawa nafsu, tetapi hendak kamu penuh dengan Roh (Efesus 5: 18).”

Selain kebiasaan minum minuman keras yang tidak sesuai dengan budaya Indonesia dan agama, beberapa informan mengatakan mereka tidak menyukai adanya

pasangan yang belum menikah untuk tinggal bersama dan bermesraan di depan umum. Mereka menyangkan akan budaya ketimuran yang memudar. Informan dalam penelitian ini menyampaikan pendapatnya mengenai hal tersebut:

“Pergaulannya misal gaya hidup meniru orang barat hidup bersama walau belum kawin, masih pacaran aja asal nyosor seenaknya di depan umum. Gimana kalo jadi nikah ya? Pasti sudah bosen duluan hehehe.” (Informan #3, 22 tahun, Islam).

3.3 Perempuan Indonesia Melihat Sosok Laki-laki yang ditampilkan dalam Drama Korea

Meski sudah satu setengah dekade sejak kemunculan pertamanya di layar kaca Indonesia, hingga kini drama Korea tetap eksis terlihat dari beberapa stasiun televisi yang masih menayangkan “sinetron” Korea tersebut. Drama Korea pada era ini pun tetap mempertahankan kisah antara tokoh utama pria yang tidak bisa hidup tanpa tokoh wanitanya. Sehingga hal tersebut memungkinkan khalayak untuk tetap berimajinasi mengenai sosok idealnya. Ideal dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu sangat sesuai dengan yang dicita-citakan atau diangan-angankan atau dikehendaki. Sehingga dapat dikatakan bahwa sosok laki-laki ideal yaitu sosok laki-laki yang dicita-citakan atau diangan-angankan.

Ketika informan ditanyai mengapa mereka menyukai drama televisi Korea, selain menjawab karena jalan ceritanya yang menarik, mereka juga menonton drama Korea karena aktor-aktornya yang rupawan. Menurut mereka, sosok laki-laki ideal yang sering digambarkan dalam drama Korea secara fisik dan karakter yaitu berwajah tampan, tinggi, kaya dan rela berkorban untuk orang yang dicintainya seperti pernyataan informan berikut ini:

“Putih haha emang (di)sana rata-rata putih ya. Tinggi, hidung mancung, good looking lah. Kalo karakter sih biasanya perhatian, romantis, ini yang bikin cewek-cewek baper kalo nonton drama haha. Mau berkorban buat pasangannya, pokoknya berusaha buat ngelindungin gitu.” (Informan #1, 21 tahun, Islam).

Informan menonton drama Korea (*K-drama*) karena kontennya yang tidak berat, sehingga dapat dijadikan sebagai sumber refleksifitas bagi mereka dikala senggang dari aktivitas keseharian yang padat. Drama Korea juga dapat dijadikan acuan bagi khalayak dalam menciptakan sosok laki-laki ideal melalui karakter-

karakter yang ditampilkan dalam tayangan. Dalam penelitian ini tidak ada batasan tahun tayangan ataupun genre drama. Namun informan lebih memilih pria yang berada dalam drama dengan latar waktu masa kini. Seperti pernyataan informan berikut:

“Kalo aku lebih suka yang ada di drama sekarang (latar waktu masa kini). Soalnya lebih enak dilihatnya. Lebih kelihatan bersih dan rapi. Daripada yang seguk itu harus pake rambut palsu atau baju berlapis-lapis yang kalo diliat kaya yang makenya ribet gitu.” (Informan #2, 22 tahun, Islam).

Informan lainnya juga melihat bahwa pria yang ada pada drama dengan latar waktu masa kini terlihat lebih modern. Jika dibandingkan dengan drama berlatar waktu pada masa kerajaan (*seguk*) yang setiap harinya harus berpakaian *hanbok* (pakaian tradisional Korea) atau dengan rambut panjang yang diikat serta topi tradisional yang khas, informan merasa bahwa pria yang berada dalam drama dengan latar waktu masa kini juga lebih mendekati gambaran sosok ideal mereka.

Seluruh informan juga mengakui bahwa ketertarikan terbesar mereka menonton drama Korea karena aktor-aktornya. Terlebih lagi ketika aktor-aktor tersebut rupawan. Dari segi fisik menurut mereka sosok laki-laki Korea yang ideal yaitu memiliki postur badan yang tinggi, atletis, berwajah tampan serta berkulit putih. Sedangkan dari sifatnya mereka menganggap laki-laki yang ideal merupakan seseorang yang perhatian, romantis, setia, dan selalu memperjuangkan orang yang dicintainya. Namun selain dari segi fisik ada juga keadaan yang seringkali ditampilkan dalam tayangan drama Korea (*K-drama*) yaitu “*Cinderella Syndrome*” dimana sang pria adalah orang kaya raya yang mencintai wanita miskin. Informan dalam penelitian ini menyampaikan pendapatnya mengenai pria yang ada di dunia nyata dan juga di drama:

“Menurut aku sih di dunia nyata ga ada yang semua sifat dan fisiknya kaya yang di drama Korea. Bisa aja dia tampan tapi tidak romantis atau mungkin perhatian tapi ga tinggi-tinggi amat. Terus yang banyak terjadi kayanya yang kaya carinya yang kaya juga hehehe.” (Informan #8, 18 tahun, Islam).

Peneliti membagi informan menjadi dua sesi dengan masing-masing beranggotakan empat orang. Namun pembagian sesi tidak berkaitan dengan karakter informan. Pembagian sesi dilakukan agar moderator dan informan lebih fokus dan juga untuk mengefisiensi waktu. Pada grup pertama yang seluruhnya beragama Islam

memberikan gambaran sosok laki-laki ideal seperti yang dinyatakan oleh informan berikut:

“Aku suka yang kaya Jung Pal di Reply 1988. Bukan fisiknya sih aku ngeliatnya, dia tuh orangnya keren tapi apa ya... gimana ya orangnya eu.. menjaga. Menjaga mbaknya banget. Dia kaya diem gitu tapi diem-diem jagain. Aku suka yang kaya gitu. Terus dia juga sudah pasti lebih tinggi dari aku. Aku juga suka Jaejoong karena dia tinggi tapi sebenarnya aku ga suka yang mukanya keliatan cantik. Terus yang terlalu ber-abs aku juga ga suka, aneh banget rasanya.” (Informan #4, 22 tahun, Islam).

Seluruh informan yang berusia 20an sepakat bahwa mereka menyukai sosok yang tinggi, atletis serta wajahnya tampan tapi yang terlihat tegas bukan terlihat cantik. Mereka juga menyukai pria yang romantis. Romantis menurut penggambaran mereka ketika sikap si pria yang terlihat seperti tidak peduli atau seseorang yang pendiam tetapi sebenarnya menaruh perhatian dan peduli pada orang yang disukainya. Sedangkan untuk informan yang berusia lebih muda menyatakan pendapatnya sebagai berikut:

“Aku itu suka karakternya Jo In Sung di It’s Okay, It’s Love. Dia sosok yang memperjuangkan cinta dia hanya untuk satu perempuan. Meskipun diluarnya dia terlihat playboy atau “suka main”. Tapi dia tahu dia cuma punya satu tujuan wanita. Dia juga mempertahankan apa yang udah dia bangun sama ceweknya itu dari pertama kenal sampai masa-masa sulit mereka berdua. Jadi aku suka yang berpegang teguh pada pendirian dia sendiri. Terus kalo dari segi fisik siapa coba yang ga suka Jo In Sung hahaha... Tinggi, ganteng, terus daddy material juga.” (Informan #6, 18 tahun, Katolik).

Perilaku laki-laki Korea dimasyarakat juga menjadi pertimbangan informan. Dalam drama Korea seringkali menampilkan adegan dimana sepasang laki-laki dan perempuan yang saling menyukai berpegangan tangan, berpelukan bahkan hingga berciuman di tempat umum. Seluruh informan memang menganggap hal itu biasa terjadi di Korea tetapi tetap saja mereka merasa tidak nyaman untuk melihatnya. Berikut penjelasan dari informan:

“Kalau misalnya untuk adegan ciuman atau mesra-mesraan di tempat umum, itu sih kaya misalnya di sana, di tempat umum, di taman kayanya udah biasa gitu loh. Kalau buat aku sendiri selama nonton drama ya biasa aja tapi tetep aja ga enak dilihat.” (Informan #2, 22 tahun, Islam).

“Kalau masalah ciuman di drama Korea mungkin kalo di budaya sana, di Koreanya itu udah biasa. Tapi kan kalau kita apalag kalau itu nonton masih belum cukup umur ya gimana gitu ya diskip aja (menontonnya).” (Informan #7, 18 tahun, Islam).

Selain itu seperti yang sudah diungkapkan dalam kategori sebelumnya, informan menyukai orang-orang Korea yang selalu menyapa meski tidak kenal dan juga menghormati yang lebih tua. Lalu jika dilihat dari referensi informan dalam menyebutkan laki-laki yang ada di drama Korea, dari segi umur terlihat bahwa mereka menyukai yang usianya lebih tua. Seperti Jo In Sung, Seo In Guk, Lee Jeong Suk, Ryu Jun Yeol dan sebagainya.

4. PENUTUP

Hasil dari penelitian ini terbagi dalam tiga kategorisasi yang berkaitan dengan bagaimana pandangan perempuan Indonesia mengenai sosok laki-laki ideal dalam drama televisi Korea. Kategori pertama yaitu drama Korea sebagai rujukan perempuan Indonesia mengenal kehidupan masyarakat Korea berisikan pandangan khalayak mengenai kehidupan masyarakat Korea. Kedua, menyikapi perbedaan budaya yang ditampilkan dalam drama Korea yaitu mengenai bagaimana sikap yang diambil dengan adanya perbedaan yang ada antara kehidupan masyarakat Indonesia dengan Korea. Kemudian yang terakhir yaitu bagaimana perempuan Indonesia melihat sosok laki-laki yang ditampilkan dalam drama Korea.

Informan dalam penelitian berpendapat bahwa kehidupan di Korea dengan Indonesia memiliki beberapa persamaan. Sifat-sifat yang ada pada masyarakat Korea yang dapat diterima oleh masyarakat Indonesia yaitu ramah-tamah, sopan santun dan pekerja keras. Kebiasaan ramah-tamah pada masyarakat Korea yaitu mereka akan bersikap ramah kepada siapapun yang dikenalnya, terutama ketika menginginkan sesuatu. Selain itu masyarakat Korea juga memiliki sifat sopan santun yang baik terutama pada orang yang lebih tua. Salah satunya yaitu mereka memiliki sapaan yang berbeda dan tingkatan bahasa berbeda sesuai umur yang digunakan kepada orang lain. Kemudian mereka juga dikenal sebagai pekerja keras karena tidak ingin kehilangan waktunya dalam bekerja. Dari hal tersebut kemudian memunculkan *dominant hegemonic* pada khalayak.

Dari hal-hal yang disetujui tersebut, juga terdapat beberapa kebiasaan yang tidak disetujui oleh Informan dalam penelitian ini. Kebiasaan minum minuman keras dan juga kegiatan mengekspresikan rasa cinta antara pasangan kekasih merupakan hal-hal yang tidak

dapat diterima oleh mereka. Dalam hal minum minuman keras, seluruh informan yang beragama Islam tidak menyetujui hal tersebut dikarenakan merupakan hal yang dilarang dalam agama Islam sehingga bersikap *oppositional reading*. Sedangkan menurut informan yang beragama Kristen ia menunjukkan *negotiated reading*. Dalam agamanya tidak dilarang, namun dianjurkan untuk menghindari minuman keras karena dapat merusak tubuh. Sedangkan bagi yang beragama Katolik ia menganggap bahwa kegiatan minum minuman keras merupakan sifat foya-foya jadi sebaiknya dihindari.

Informan melihat bahwa sosok laki-laki yang ditampilkan dalam drama Korea dari segi fisik merupakan laki-laki yang tampan, tinggi, dan juga atletis. Kemudian harus memiliki sifat setia dan perhatian. Perilaku di masyarakat juga harus santun dan ramah.

Untuk kebutuhan penelitian selanjutnya, bagi yang berminat, penelitian ini dapat dikembangkan menjadi penelitian mengenai penciptaan gambaran sosok laki-laki ideal Korea oleh khalayak melalui drama Korea. Selain sosok laki-laki ideal Korea dapat juga menjadikan sosok ideal lainnya sebagai penelitian selanjutnya dengan konten media yang berbeda. Dapat juga menggunakan khalayak dengan latar belakang yang lebih bervariasi.

PERSANTUNAN

Syukur *Alhamdulillah* berkat rahmat dan hidayah Allah SWT penulis dapat menyelesaikan jurnal publikasi ini. Penulis juga ingin berterima kasih kepada pihak-pihak yang berkontribusi dalam penelitian ini, diantaranya: orang tua dan keluarga penulis yang selalu mendukung secara rohani maupun jasmani, Ibu Rina Sari Kusuma sebagai dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing serta membagikan ilmunya selama proses penelitian. Terima kasih juga kepada teman-teman penulis, Kerehore, Goonjingdeul dan teman-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah menghibur, mengingatkan dan juga membagi informasi yang berkaitan dengan penelitian. Serta terima kasih juga kepada informan-informan yang bersedia meluangkan waktunya untuk membantu penulis.

DAFTAR PUSTAKA

Alkitab Online Indonesia. <http://alkitab.me/>

Al-Qur'an. (2010). Jakarta: PT Cicero Indonesia.

Astuti, P. T. (2016). Penerimaan Penggemar K-Pop Terhadap Gambaran Pria Soft Masculine Boyband EXO di Music Video "Miracle in December." *E-Komunikasi*, 4(1).

Baran, S. J., & Davis, D. S. (2010). *Teori Komunikasi Massa: Dasar, Pergolakan dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika.

- Bungin, B. (2011). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Chan, B., & Xueli, W. (2011). Of Prince Charming and Male Chauvinist Pigs: Singaporean Female Viewers and the Dream-world of Korean Television Dramas. *International Journal of Cultural Studies*, 14(3), 291–305. <http://doi.org/10.1177/1367877910391868>
- Fribadi, D. O. (2012). *Representasi Maskulinitas dalam Drama TV Korea You're Beautiful*. Universitas Indonesia.
- Hadi, I. P. (2009). Penelitian Khalayak Dalam Perspektif Reception Analysis. *Scriptura*, 3(1), 1–7. Retrieved from <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/iko/article/view/17015>
- Herdiyansyah, H. (2013). *Wawancara, Observasi, dan Focus Group: Sebagai Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Huang, X. (2009). “Korean Wave” — The Popular Culture, Comes as Both Cultural and Economic Imperialism in the East Asia. *Asian Social Science*, 5(8), 123. <http://doi.org/10.5539/ass.v5n8p123>
- Huat, C. B. (2010). Korean Pop Culture. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, 12, 15–24.
- Jensen, K. B. (1991). *Media Audiences Reception Analysis: Mass Communication as the Social Production of Meaning. A handbook of qualitative methodologies for mass communication research*.
- Jeon, W. K. (2013). *The “ Korean Wave ” and Television Drama Exports , 1995-2005 .* University of Glasglow. Retrieved from <http://theses.gla.ac.uk/4499/>
- Jung, S. (2011). *Korean Masculinities and Transcultural Consumption: Yonsama, Rain, Oldboy, K-Pop Idols*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Korean Culture and Information Service. (2011). *The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon*. Ministry of Culture, Sports and Tourism. Retrieved from <http://www.korea.net/Resources/Publications/About-Korea/view?articleId=2215>
- Larasaty, A. O. (2015). *Drama Korea and Male Student (Phenomenology Analysis to Male Student of Islamic Boarding School KH Mas Mansur)*. Muhammadiyah Surakarta University.
- Liputan6. (2002). “Winter Sonata”, Sinetron Korea di SCTV. Retrieved January 1, 2015, from <http://news.liputan6.com/read/39126/quotwinter-sonata-sinetron-korea-di-istctvi>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (Eds.). (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. SAGE Publications, Inc.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2012). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Luthfiati, S., & Gani, R. (2015). Wacana Pria Ideal dalam Majalah Wanita. *Prosiding*

Peneitian Sivitas Akademika (Sosial Dan Humaniora), 21–25.

Matsumoto, D., & Juang, L. (2004). *Culture and Psychology*. USA: Thomson Learning.

McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Jakarta: Salemba Humanika.

Moleong, L. J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rayendra, P. (2014). Bagaimana Rating Drama Asia (Korea/Mandarin) di TV Nasional Saat Ini? Retrieved January 1, 2015, from <http://www.tabloidbintang.com/articles/film-tv-musik/ulasan/11992-bagaimana-rating-drama-asia-koreamandarin-di-tv-nasional-saat-ini>

Samovar, L. A., Porter, R. E., & McDaniel, E. R. (2010). *Komunikasi Lintas Budaya*. Jakarta: Salemba Humanika.

Sarwono, S. W. (2013). *Psikolgi Remaja*. Jakarta: Rajawali Pers.

Severin, W. J., & Tankard, J. W. J. (2011). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Yang, J. (2012). The Korean Wave (Hallyu) in East Asia: A Comparison of Chinese, Japanese, and Taiwanese Audiences Who Watch Korean TV Dramas. *Development and Society*, 41(1), 103–147.

Yang, S.-Y. (1995). *Seputar Kebudayaan Korea*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Yuliana, I., & Christin, M. (2012). *Pengaruh Terpaan Tayangan Drama Seri Korea Terhadap Perilaku Imitasi pada Remaja di Kota Bandung*. Universitas Telkom.